

2025年6月期

決算説明資料

株式会社みのや

2025年8月20日

決算動画は[こちら](#)からご覧ください

証券コード：386A

2025年7月18日当社は東京証券取引所スタンダード市場に上場いたしました。

これもひとえに、これまでお力添えを頂きました関係者の皆様のご支援・ご協力の賜物と心より感謝申し上げます。

今後はステークホルダーの皆様から信頼を得られる様、あらゆる側面から企業価値の向上に取り組んでまいります。

当社は、お菓子専門店チェーン『おかしのまちおか』の事業を通じて、お菓子の素晴らしさをお客様に感じて頂ける様にビジネスを展開してまいります。

常にフロンティアスピリットを胸に掲げ、日本だけでなく世界のお菓子もより多くのお客様に提供してまいります。

今後も株主・投資家の皆様のご支持を頂けるように、地域の皆様に愛されるお菓子専門店チェーンとして店舗を出店してまいります。



01 会社概要

02 特徴

03 2025年6月期 決算概要

04 2026年6月期 業績予想

05 株主還元

06 成長戦略

APPENDIX

01

会社概要

お菓子専門店「おかしのまちおか」をチェーン展開

大手菓子メーカーのナショナルブランドをはじめ、トレンド商品、オリジナルタイアップ商品、輸入菓子等まで、商品のバリエーションを充実、幅広い年齢層からの支持を獲得

多くのお客様の
多様なニーズに応える
限定商品を含む豊富な商品数



年間を通じて根強い支持が得られる定番商品

期間限定特売商品

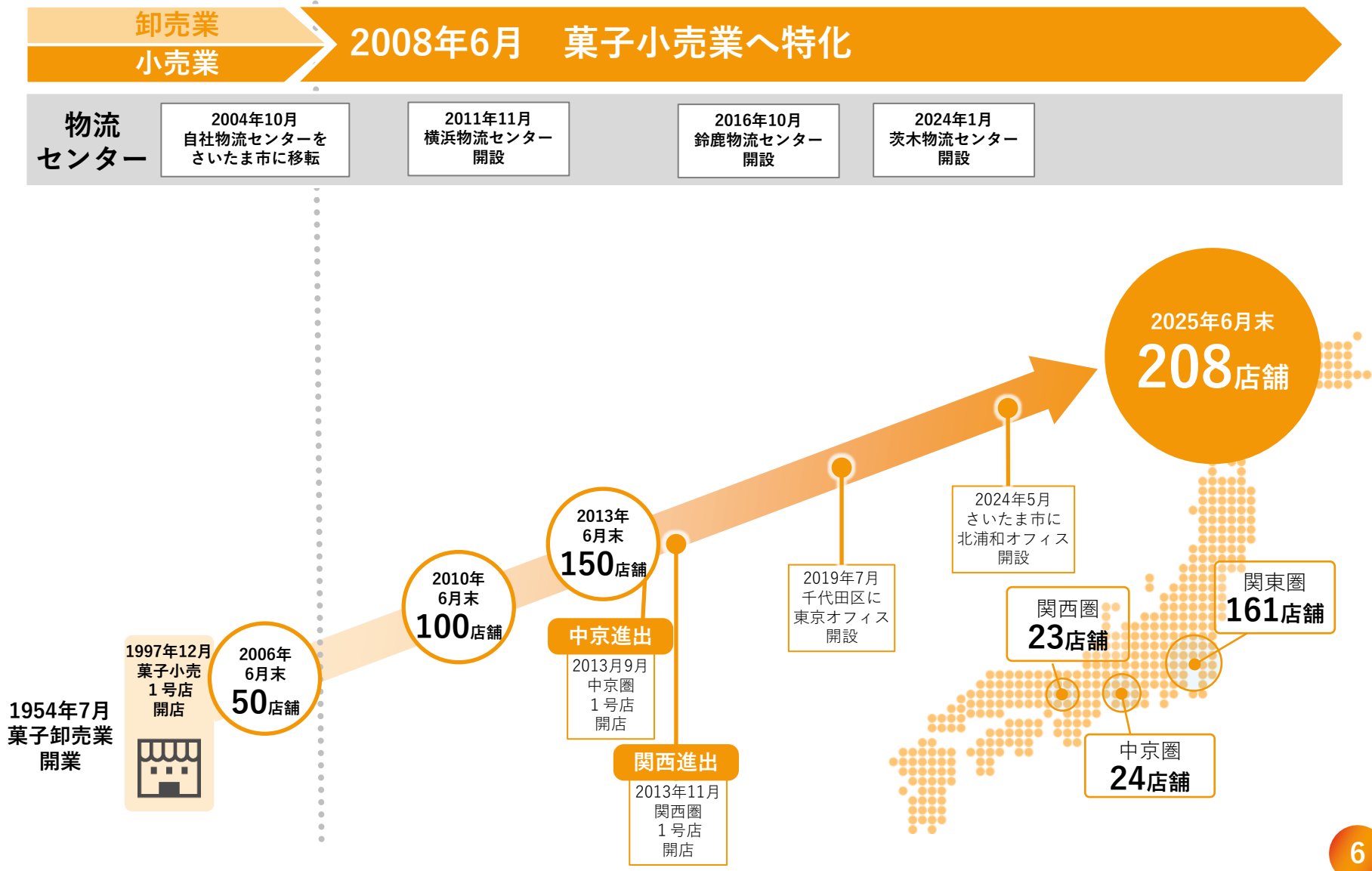
常に変化に富んだ商品陳列による
「飽きさせない売場作り」を追求



- ・独自の売場レイアウト
- ・店内装飾
- ・POP展開



菓子小売業・卸売業から事業を開始し、2008年菓子小売業へ特化 関東・中京・関西圏に的を絞ったドミナント出店で着実に成長





02

特徴



お菓子専門店として
価格競争力のある独自のポジショニング



生活圏集中型のドミナント出店



好調な菓子小売市場

お菓みに特化して200店舗以上を展開する独自のポジショニング



価格競争力がある理由

- 1 お菓子専門店として
大量仕入れ・大量販売が可能
- 2 祖業が菓子卸売業のため、
各メーカーとの直取引ルート確保
- 3 「スポット商品※2」の高い販売力

※1：2025年6月末時点

※2：メーカー様から当社の様なディスカунターに特価品として流通してくる旧規格品（規格や入数、パッケージの変更等）や処分品等に該当する商品

スポット商品の高い販売力で参入障壁の高さを維持

各メーカー・卸売業者の過剰在庫を一挙に解消し、課題を解決



課題

メーカー側で過剰在庫になりやすい「スポット商品」

「スポット商品」

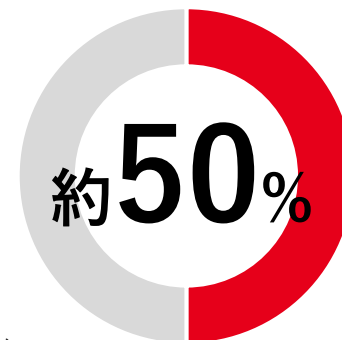
- ① 賞味期限が迫った商品
- ② 季節性のある商品
- ③ 製造過多となった商品



解決

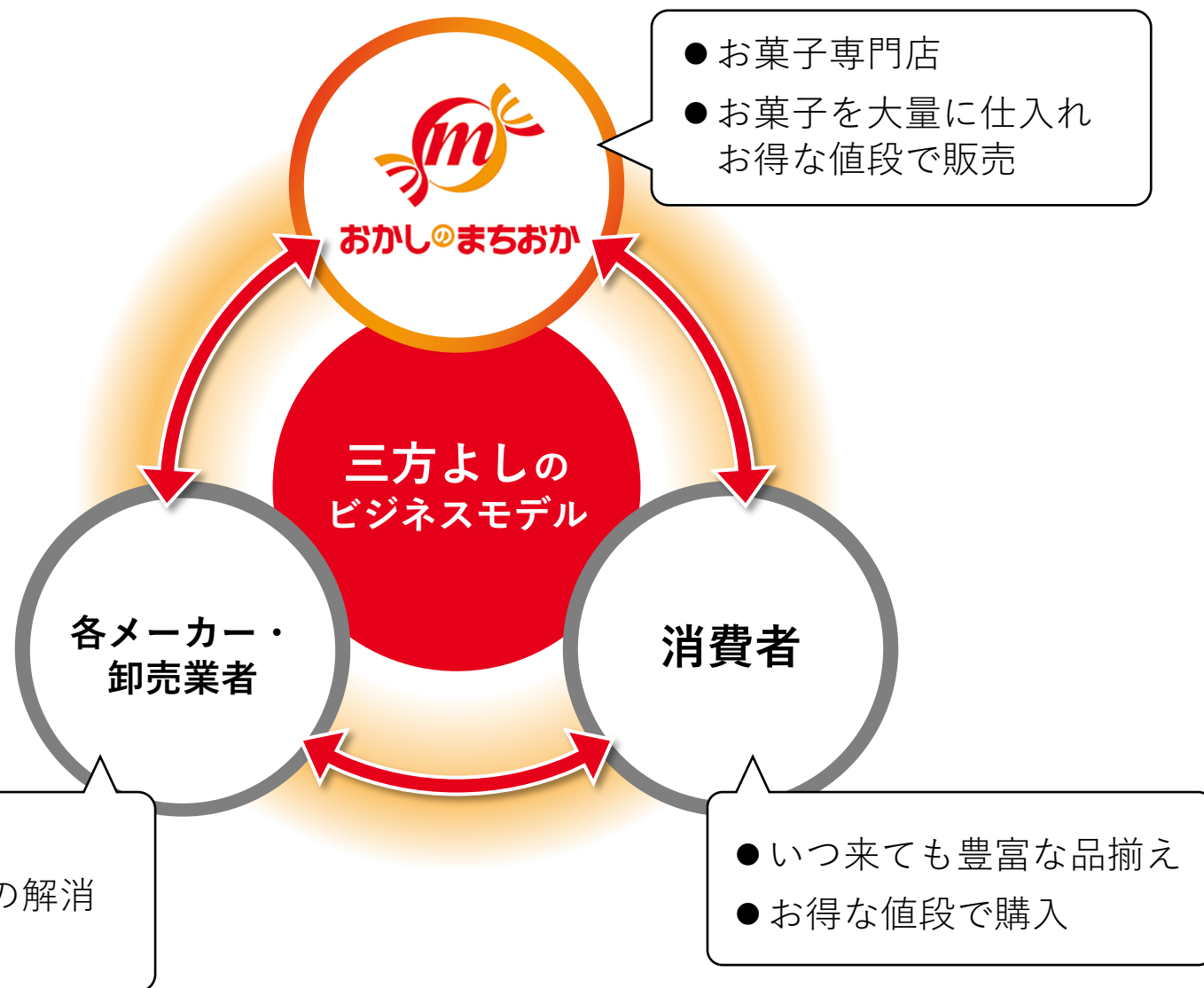
お菓子専門店としての
圧倒的な店舗網を保有する当社が
有利な条件で仕入れ、大量販売

販売実績から依頼が続き、
割安な価格で販売することで
安いイメージを定着



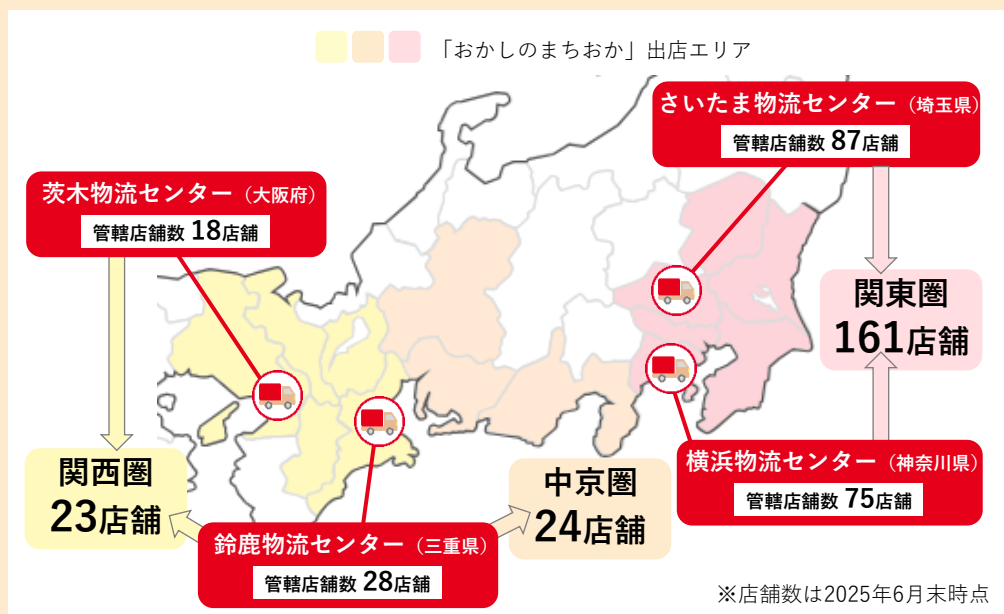
スポット商品
売上高比率
(25年6月期)

お菓子専門店ならではの大量仕入、大量販売で、
各メーカー・卸売業者、消費者が喜ぶ三方よしのビジネスモデルを構築



直営店のみによる、関東・中京・関西圏に的を絞った生活圏集中型ドミナント出店

地域別店舗網



自社物流センター

関東圏2か所及び関西圏2か所の計4拠点

複数店舗の一括配送が可能となり、輸送距離の短縮とコスト最適化を実現

当社が販売するすべての商品の荷受、検品、保管を行い、各店舗からの発注に基づき、商品のピッキングから仕分け、出荷、配送までの一連の業務を一括管理。配送業務は協力会社に一部依頼

ドミナント出店による効果

生活範囲への密着力

- 消費活動範囲に出店。ユーザーの視認性向上、「ついで」買いの販売機会を提供

人員確保力

- 生活範囲に出店しているため、パートやアルバイトなどの人員を確保しやすい
- 店舗運営はお昼の時間帯がメインのため、主婦層をターゲットに人員を確保
- 店舗間で人材を活用

店舗オペレーション力

- 店長兼務などマネジメントの効率化
- 店舗間の人材交流や欠員時の応援など人材配置を柔軟に実行

配送力

- 輸送距離の短縮
- 自社物流センターからの輸送効率UPで物流コストを最適化

路面店とSC店の多店舗展開

不採算店舗の退店も機動的に実施し、収益力を維持・向上

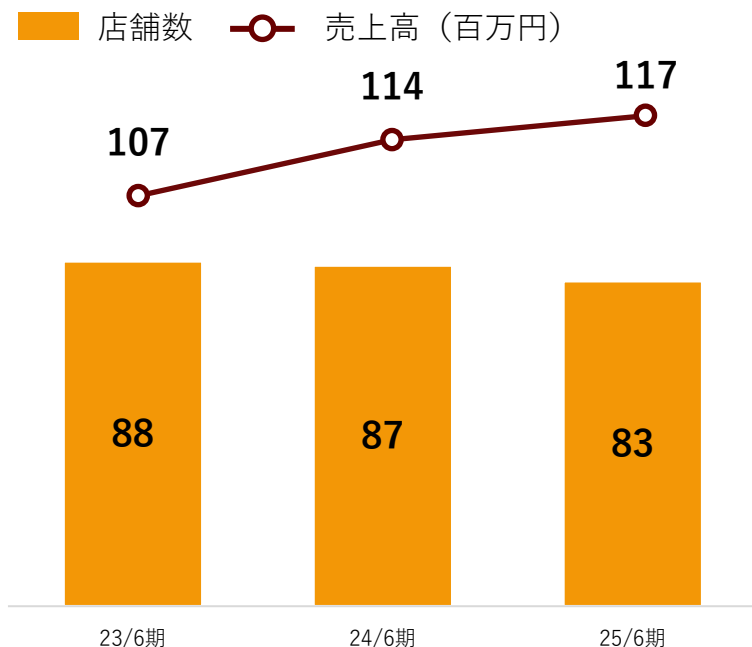
路面店

お子様からご年配の方まで幅広くご利用いただけるよう、乗降客の多い主要な駅前立地や商店街を中心に出店

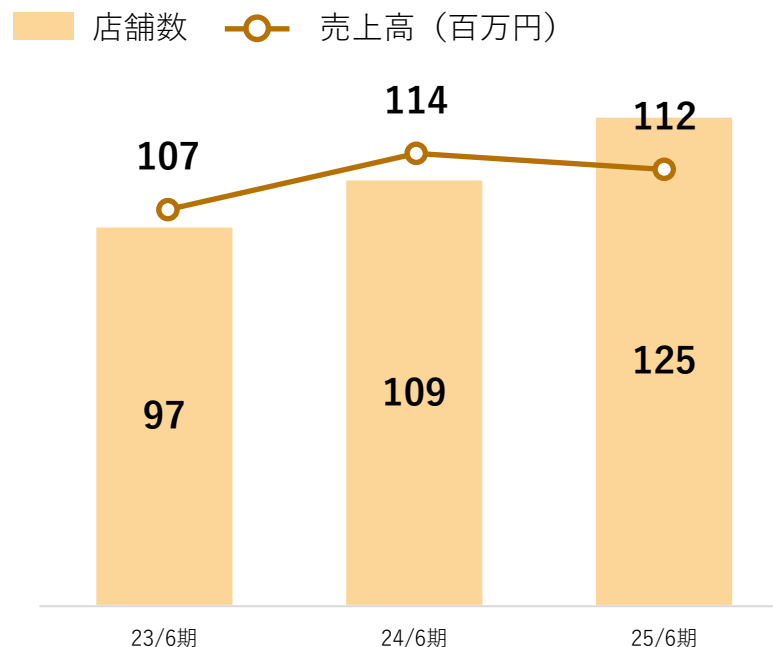
SC店 (ショッピングセンター店)

郊外ロードサイドの比較的規模が大きな商業施設及び一部百貨店に出店
天候や気温等にも左右されにくいSC店独自の集客力を活かし、家族連れを中心に多くのお客様が利用

路面店 店舗数と1店舗当たり平均売上高推移



SC店 店舗数と1店舗当たり平均売上高推移



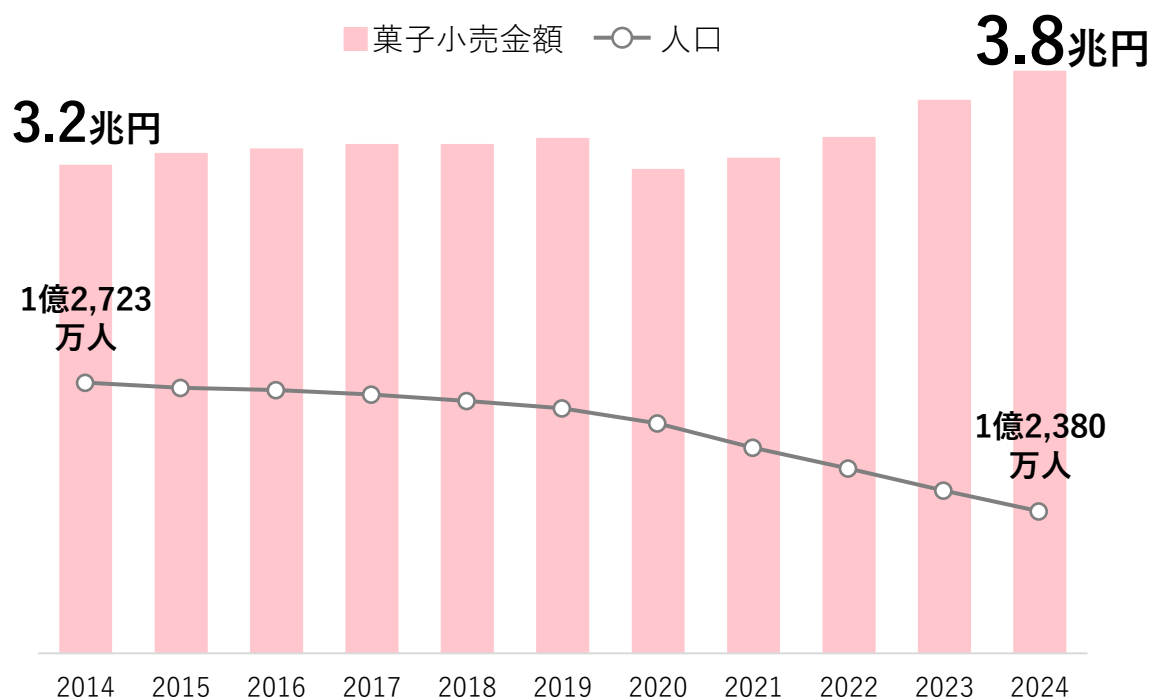
人口減少にもかかわらず菓子小売金額は増加傾向 年間1人当たりの菓子小売り金額が増加

年間一人当たりの菓子小売金額

2014年
25,560円

2024年
31,328円

2014年から2024年
年間1人当たりの
菓子小売り金額
5,768円増加



菓子小売金額
約6,263億円増加

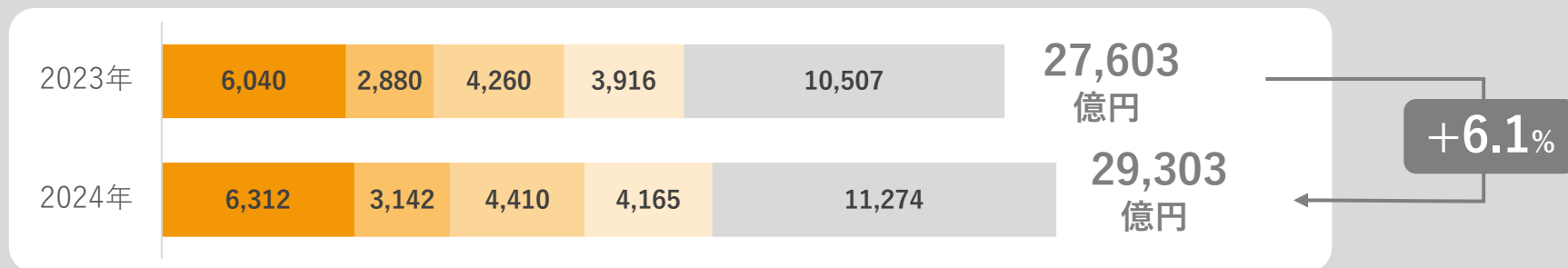
人口
約343万人減少

出所：人口データ総務省統計局 人口推計 菓子小売金額：全日本菓子協会「菓子データ」
年間一人当たりの菓子小売金額は年間小売金額を総人口で除した金額で当社作成

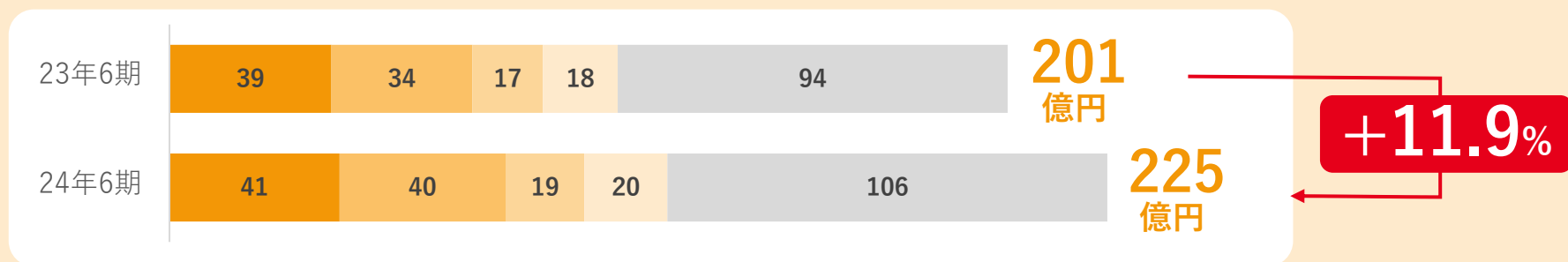
菓子類市場対比、当社の売上高は菓子類市場小売金額の増加率を上回り推移

■ チョコレート ■ キャンディ ■ ビスケット ■ 米菓 ■ その他

菓子類市場小売金額※ (単位：億円)



おかしのまちおか販売額 (単位：億円)



※ 出所：全日本菓子協会 e-お菓子ねっと/統計資料（当社取り扱いのない「和生菓子」「洋生菓子」を除く）



03

2025年 6 月期 決算概要

新規出店を加速。売上高は増収基調

将来の売上増につながる機動的な出退店により販管費が増加し

営業利益は前期比減も計画通りの着地

(単位：百万円)

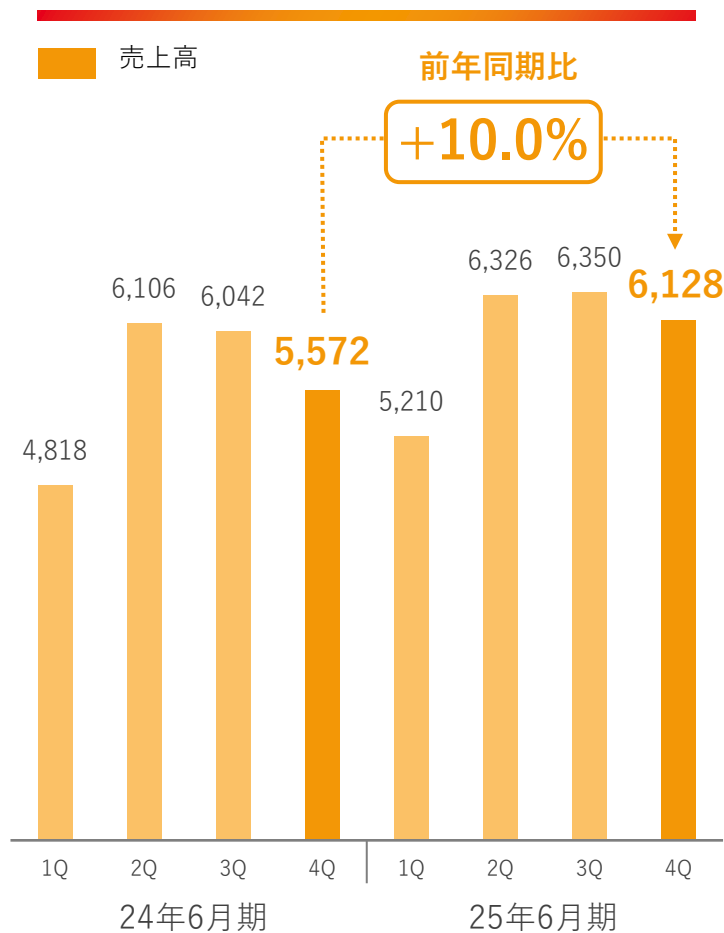
	2024年 6 月期		2025年 6 月期		前期比
	額	売上比率	額	売上比率	
売上高	22,540	-	24,016	-	+6.6%
売上原価	14,112	62.6%	14,981	62.4%	+6.2%
売上総利益	8,427	37.4%	9,035	37.6%	+7.2%
販管費	7,460	33.1%	8,356	34.8%	+12.0%
営業利益	967	4.3%	678	2.8%	-29.9%
経常利益	1,045	4.6%	764	3.2%	-26.9%
当期純利益	714	3.2%	404	1.7%	-43.3%
店舗数	196	新店13店舗 退店 2店舗	208	新店17店舗 退店 5店舗	+12

第4四半期において、前年同期比増収大幅増益

季節変動要因

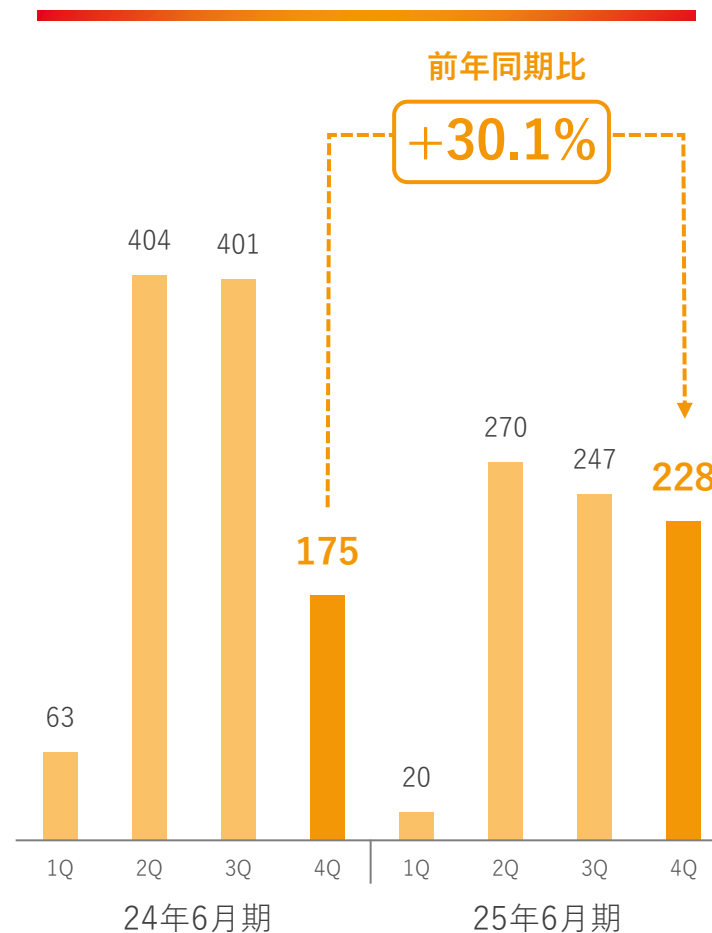
1Q(7月～9月)の夏季は売上高は軟調のトレンド。2Qと3Qの10月から3月までの約半年間は各種イベントが多くあり、また新商品発売により売上高は好調に推移。4Qの4月から6月は売上好調の2Q3Qの流れを継続する一方、梅雨入りタイミングや天候に左右される場合があります。

売上高



経常利益

(単位: 百万円)



純増12店舗で期末店舗数は200店舗を突破

形態別

	24/6期 店舗数	25/6期			
		出店	退店	純増	店舗数
路面店	87	0	4	-4	83
SC店	109	17	1	16	125
店舗数合計	196	17	5	12	208

エリア別

	24/6期 店舗数	25/6期			
		出店	退店	純増	店舗数
関東圏	155	11	5	6	161
中京圏	19	5	0	5	24
関西圏	22	1	0	1	23
店舗数合計	196	17	5	12	208

集客力が期待できるSC店出店に注力

「おかし@まちおか」出店エリア
※店舗数は2025年6月末時点

関西圏

2024年9月
枚方モール店

中京圏

2024年11月
リーフウォーク稲沢店

2025年3月
mozoワンダーシティ店

2025年4月
ららぽーと安城店

2024年7月
イオンモール浜松市野店

2025年3月
ららぽーと磐田店

関東圏

2024年11月
イトーヨーカドー南大沢店

2024年9月
エミテラス所沢店

2025年5月
ららテラス川口店

2025年5月
ららテラス北綾瀬店

2024年9月
ユアエルム 青戸店

2025年4月
イトーヨーカドー四街道店

2024年12月
カメイドクロック店

2024年11月
錦糸町マルイ店

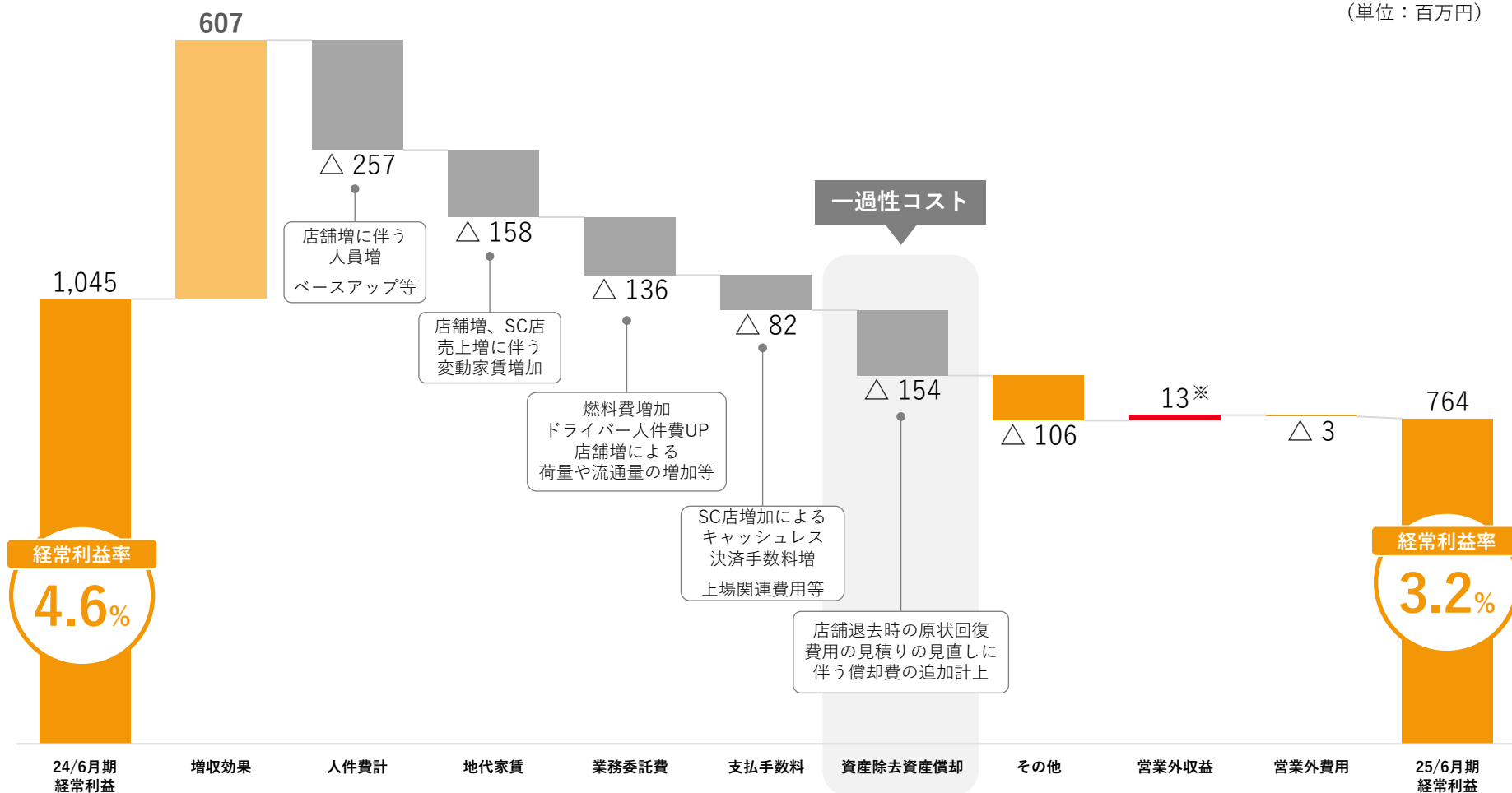
2024年11月
LICOPA東大和店

2025年2月
海老名マルイ店

2024年7月
ゆめが丘ソラトス店

新規出店の加速に伴うコスト増、一過性コスト150百万円や上場費用が発生するも、経常利益率は3%台を維持

(単位：百万円)



※営業外収益：事業に供していない不動産賃貸収入等

店舗数増加により資産が増加

(単位：百万円)

	24/6月期	25/6月期	増減	主な内訳
流動資産	3,233	3,620	+387	・ 現金及び預金 (店舗数の増加に伴う売上増加) ・ 商品 (売上増に伴う商品仕入の増加)
固定資産	4,449	4,824	+375	
有形固定資産	1,754	2,005	+251	・ 建物・建物附属設備の新規資産取得 (新規出店)
無形固定資産	27	21	-5	
投資その他の資産	2,666	2,796	+130	・ 敷金及び保証金 (新規出店による保証金差入)
資産合計	7,682	8,445	+762	
負債合計	5,182	5,576	+393	
流動負債	3,554	3,416	-138	・ 短期借入金の減少 (売上の増収に伴う運転資金の調達減少)
固定負債	1,628	2,160	+531	
純資産合計	2,500	2,868	+368	・ 繰越利益剰余金の増加 (当期純利益増加による剰余金増加)
負債・純資産合計	7,682	8,445	+762	
自己資本比率 (%)	32.5%	34.0%	+1.5%	

安定した営業収入を維持しつつ、新規出店の投資を加速

(単位：百万円)

	24/6月期	25/6月期	主な内訳
営業活動による キャッシュ・フロー	757	716	・棚卸資産の増加 ・未収入金の増加
投資活動による キャッシュ・フロー	-408	-475	・店舗出店に係る内装工事等の有形固定資産の取得による支出 ・店舗出店契約に係る敷金及び保証金の差入による支出 ・店舗退去時の原状回復費用に伴う資産除去債務履行による支出
財務活動による キャッシュ・フロー	-158	-45	・長期借入金の返済による支出 ・短期借入金の減少
現金及び現金同等物の 期末残高	978	1,172	



04

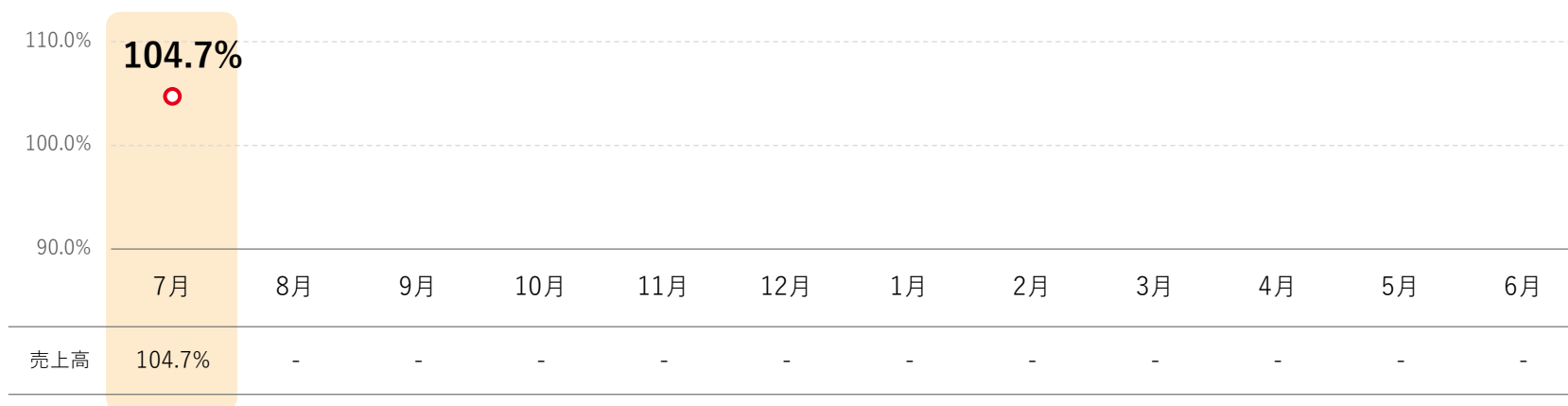
2026年 6 月期 業績予想

引き続き新規出店に注力し、
売上高前期比9.7%増、各利益は前期比 2 桁増益を見込む

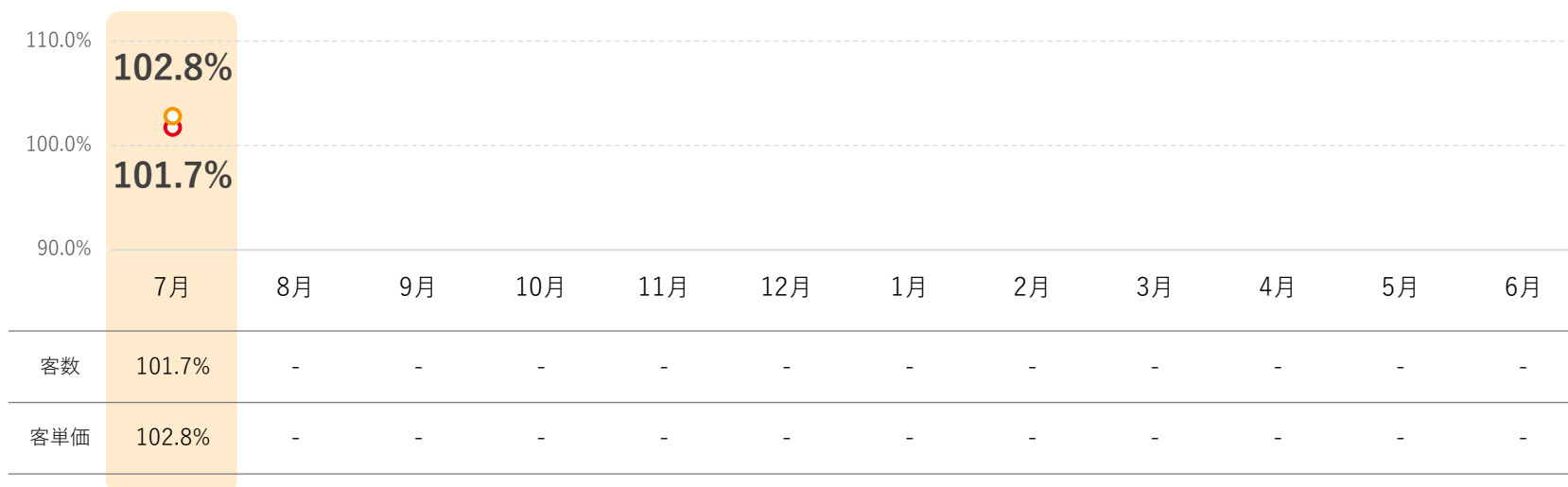
(単位：百万円)

	2025年 6 月期		2026年 6 月期 予想		前期比
	額	売上比率	額	売上比率	
売上高	24,016	-	26,356	-	+9.7%
営業利益	678	2.8%	786	3.0%	+15.9%
経常利益	764	3.2%	849	3.2%	+11.1%
当期純利益	404	1.7%	479	1.8%	+18.4%
店舗数	208	新店17店舗 退店 5店舗	219	新店13店舗 退店 2店舗	+11

既存店売上高



既存店客数/客単価

○ 客数 ○ 客単価


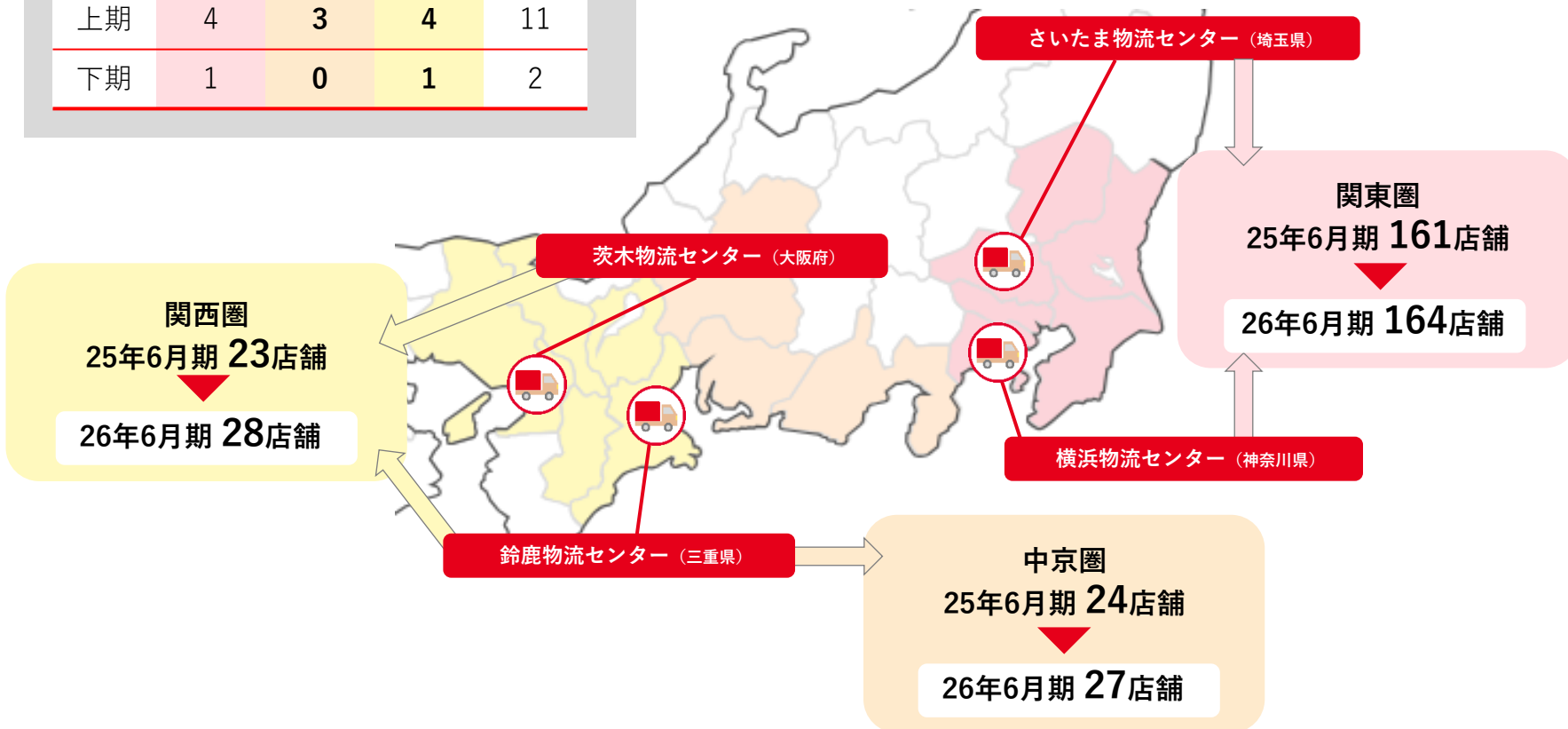
茨木物流センター開所に伴う中京・関西圏の出店強化

新規出店13店舗は全てSC店を計画

中京・関西圏で8店舗出店計画

	関東圏	中京圏	関西圏	合計
上期	4	3	4	11
下期	1	0	1	2

「おかしのまちおか」出店エリア
※店舗数は2025年6月末時点



売上高、店舗数ともに順調な伸びを継続する見込み

売上高

経常利益/経常利益率

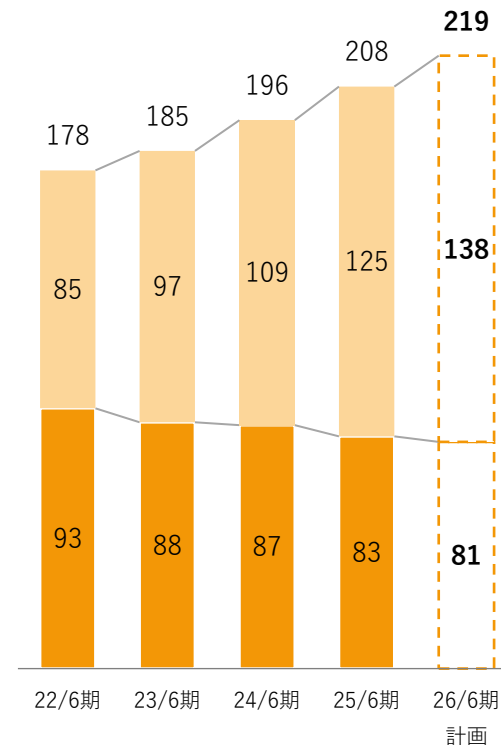
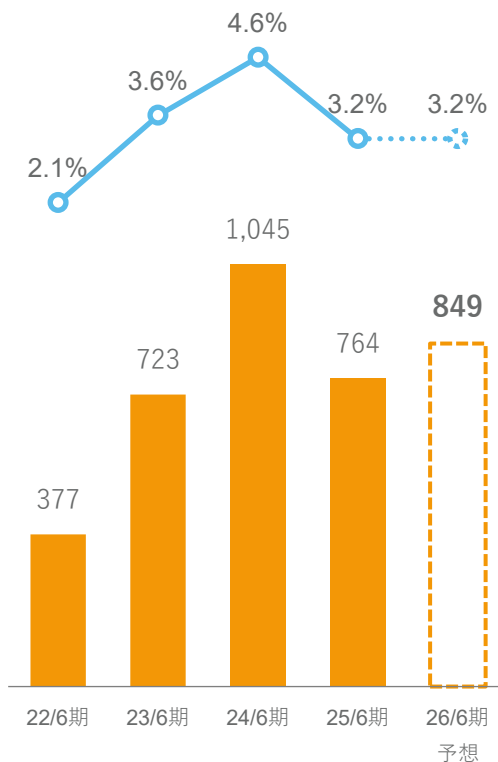
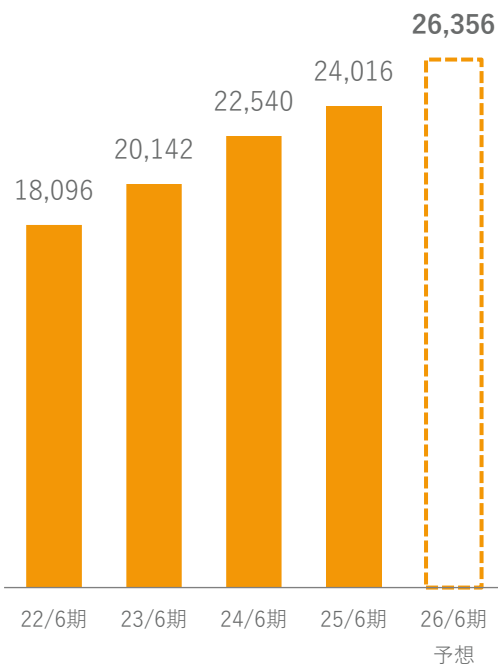
店舗数

■ 経常利益 ● 経常利益率

■ 路面店 ■ SC店

(単位：百万円)

(単位：百万円)

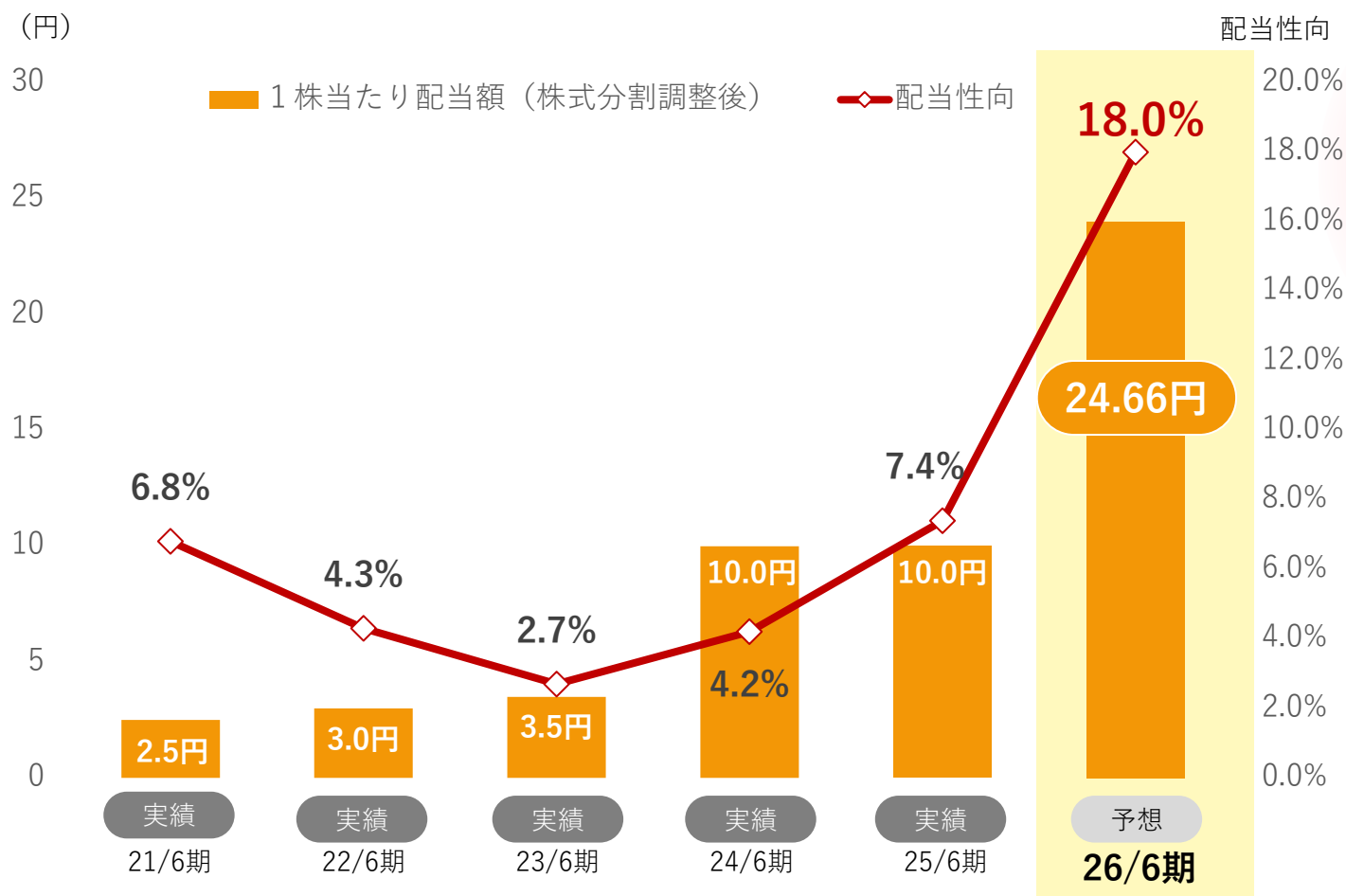


05

株主還元

基本方針

当社は、企業体質の強化及び将来投資のための財源等を勘案したうえで、安定した配当を継続して実施することを基本方針としつつ、中長期的な配当性向は20%程度を目標としております。また、配当金のほかに、株主優待制度等による利益還元策についても今後検討を行ってまいります。



中長期的には
出店ペースも見ながら
配当性向20%程度を
目標に



06

成長戦略

お菓子のリーディングカンパニー としての地位を確立

中長期的に安定着実な成長を目指します

01 出店戦略（每期 約10店舗の純増を計画）

02 商品販売戦略の強化

03 価格競争力を維持するための
コストコントロール戦略

関東・中京・関西圏へのドミナント出店を強化し、
「地域密着の多店舗販売」のさらなる拡大を図る

每期 約10店舗の純増ペースを目指す

- ・ 駅前立地の視認性を活かした路面店と、天候に左右されない強みを活かしたSC店との双方の利便性を追求しながら、柔軟に店舗形態を選択
- ・ 出店候補地に関する積極的な情報収集や現地調査の精度向上を心掛け、**好条件、好立地な店舗出店に重点を置き、収益力向上に努める**

出店基準



路面店

お子様からご年配の方まで幅広くご利用いただけるよう、乗降客の多い主要な駅前立地や商店街を中心に店舗、足元商圏人口(夜間人口)等を考慮し出店

SC店

郊外ロードサイドの比較的規模が大きな商業施設及び一部百貨店など、足元商圏人口(夜間人口)等を考慮し出店



出店戦略 1

集客力のあるSC出店強化

郊外ロードサイドの比較的規模が大きな商業施設及び一部百貨店に出店。
SC店の規模感、天候や気温等にも左右されないSC独自の集客力を活かす

2025年6月期新規出店実績

オープン年月	店舗名	地域	形態
2024年	7月 イオンモール浜松市野店	中京圏	SC
	7月 ゆめが丘ソラトス店	関東圏	SC
	9月 枚方モール店	関西圏	SC
	9月 ユアエルム青戸店	関東圏	SC
	9月 エミテラス所沢店	関東圏	SC
	11月 錦糸町マルイ店	関東圏	SC
	11月 リーフウォーク稲沢店	中京圏	SC
	11月 イトーヨーカドー南大沢店	関東圏	SC
	11月 LICOPA東大和店	関東圏	SC
	12月 カメイドクロック店	関東圏	SC
2025年	2月 海老名マルイ店	関東圏	SC
	3月 ららぽーと磐田店	中京圏	SC
	3月 mozoワンダーシティ店	中京圏	SC
	4月 ららぽーと安城店	中京圏	SC
	4月 イトーヨーカドー四街道店	関東圏	SC
	5月 ららテラス川口店	関東圏	SC
	6月 ららテラス北綾瀬店	関東圏	SC



出店戦略 2

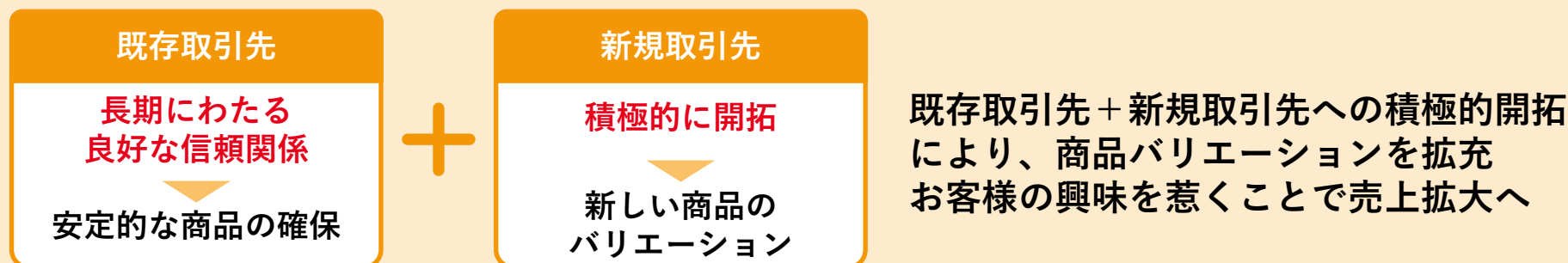
茨木物流センター開所に伴う 中京圏・関西圏の出店強化

2026年6月期出店計画 13店舗を計画

	関東圏	中京圏	関西圏	合計
上期	4	3	4	11
下期	1	0	1	2

取扱商品を拡充し、販売戦略を徹底することで売上高最大化を図る

取扱商品のさらなる拡充



販売戦略の強化

数量を確保し売上と粗利を最大化

長期好調販売商品

長期の好調販売を狙える大量のスポット品等は極力数量確保

早急な商品確保 & 追加投入

新商品、新規テスト商品

特に入荷直後の売上速報値をチェック。
数字の動きに大きく踏み込める要素があれば確保、追加投入

こまめな商品入替

販売商品を毎日入れ替え

店頭に並ぶ商品は毎日異なるため、来店のために新しい商品と出会うことができる楽しみからお客様の来店頻度向上

物流オペレーションの最適化

- 店舗の売上規模や倉庫スペース等を総合的に勘案し、適切な物量と回数にて納品できる配送体制を整備。
店舗への納品回数は基本的には平均で週3回
- 自社による臨時配送が可能なため、店舗からの突発的な配送依頼等に対して速やかに柔軟に対応

協力会社、各物流拠点による協力体制を構築

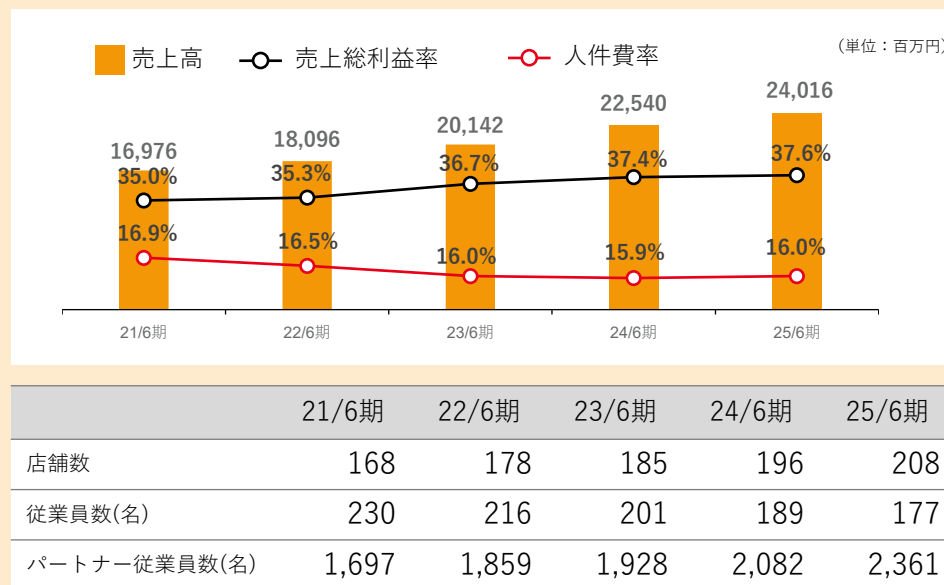
出荷、在庫精度の向上

時短配送の実現

店舗運営の最適化

人件費コントロールと効率的なコスト管理

- 各店舗における適切な人員配置、作業割振の見直し
- 店長兼務など管理人員を最小限に
- パート・アルバイトを活用し、人件費を変動費化
- 店舗運営における発注業務やシフト表作成 自動化導入



APPENDIX

商 号	株式会社みのや
店 名	おかしのまちおか
代 表 者	代表取締役社長 正木宏和
本 社	埼玉県さいたま市中央区下落合1050-2 与野太平ビル3F
資 本 金	1億円（2025年6月末現在）
決 算 期	6月30日
従 業 員	正社員177名 パートナ－社員 [※] 2,361名 （2025年6月末現在）
仕 入 先	三菱食品株式会社、森永製菓株式会社、 株式会社明治、株式会社ロッテ、 江崎グリコ株式会社、株式会社不二家、 亀田製菓株式会社、他70社
事 業 所	東京オフィス：東京都千代田区神田 北浦和オフィス：埼玉県さいたま市 さいたま物流センター：埼玉県さいたま市 横浜物流センター：神奈川県横浜市 鈴鹿物流センター：三重県鈴鹿市 茨木物流センター：大阪府茨木市



当社のキャラクター
まちこちゃん

※ パート・アルバイト従業員

経営理念

お菓子を通じて人と人との繋がりを大切にし、
社員相互の協調体制と社会への奉仕の精神を常に忘れることなく
「みのや」は弛まぬ経営努力をする

1. 地域密着の多店舗販売により、社会に欠かす事の出来ないお菓子を多くのお客様に提供してゆく
2. お客様に感謝の気持ちを決して忘れません
3. メーカー様が心を込めて製造した商品を決して無駄に致しません
4. 「みのや」の社員である事に自覚と誇りを持ち行動する
5. お菓子業界の発展に「みのや」は全社員一丸となって貢献致します

経営方針

1. 我々の使命は仕事を通じて社会に貢献し、すべてのステークホルダーに必要とされる会社を、全員一致協力して創り上げることである
2. 商品の価値をお客様に知って頂く努力を惜しんではない
3. どのような商品がどのような時に必要とされるかを常に分析し、お客様と真摯に向き合い、時代の変化を捉え先進的なアイデアを出し続けていく覚悟を持つ

代表取締役社長 正木 宏和

商事会社を経て、1977年当社に取締役として入社。
1980年専務取締役を経て1995年代表取締役社長に就任し、現在に至る。



常務取締役

高橋 浩章

小売業で数社勤務し、2008年当社入社。主に店舗開発に従事し、2014年常務取締役就任。その後も店舗開発部門、直営販売部門、販売企画部門を管掌し、2020年当社常務取締役店舗開発部門管掌（現任）

取締役

佐々木 康宏

税務会計事務所、学習塾事業会社の経理部長を経て、2017年当社に管理部長として入社。その後取締役管理部長となり、2020年当社取締役管理部門管掌（現任）

取締役

正木 惇也

2013年カバヤ食品株式会社入社。2015年当社入社。当社商品部次長を経て、2021年当社取締役直営販売部門、商品部門、物流部門管掌（現任）

取締役（社外）

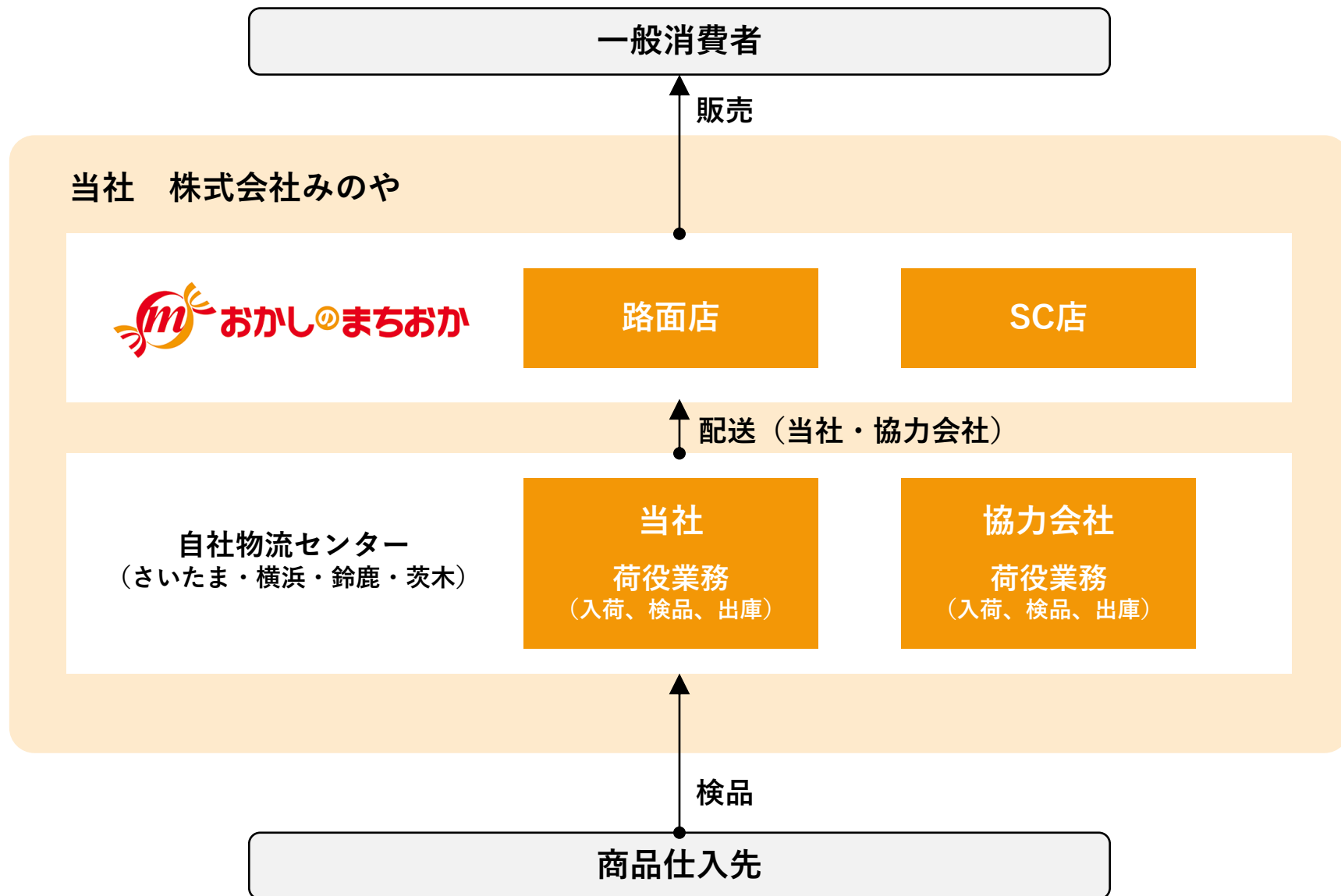
戸名 厚

三菱商事株式会社、外資系企業、日本食品化工株式会社代表取締役社長、カンロ株式会社代表取締役社長等を歴任後、2017年当社顧問を経て社外取締役就任（現任）

取締役（社外）

森 智佳子

有限責任監査法人トーマツを経て、2019年森智佳子公認会計士事務所開設（現任）
2023年当社社外取締役就任（現任）



企業活動を通じて持続可能な社会の実現に貢献し、
中長期的な企業価値の向上を目指してまいります

E 環境 nvironment

事業活動による環境負荷への取組み

- バイオマス素材のレジ袋の導入
- 物流センターをはじめとする各事業所、店舗等におけるLEDへの切り替え
- 節電装置の設置等、気候変動などの地球環境問題に対する取組みを推進
- フードロスへの対応

S 社会 ocial

人材・人権に係るマネジメント

- 人権の尊重
- 従業員の健康
- 働きやすさ・働きがいのある職場環境の整備
- 障害者雇用の充実
- ダイバーシティの推進活動

G ガバナンス overnance

コーポレート・ガバナンスの強化

- 経営の透明性、効率性及び健全性の追求
- 取締役会における意思決定機関の適正な運用と三様監査の経営管理体制
- リスク・コンプライアンス委員会等によるコンプライアンス管理体制の構築

- 本プレゼンテーション資料は、株式会社みのや（以下「当社」といいます。）の関連情報等のご案内のみを目的として当社が作成したものであり、米国、日本国またはそれ以外の一切の法域における有価証券の買付けまたは売付け申し込みの勧誘を構成するものではありません。米国、日本国またはそれ以外の一切の法域において、適用法令に基づく登録もしくは届出またはこれらの免除を受けずに、当社の有価証券の募集または販売を行うことはできません。
- 本プレゼンテーション資料に記載されている情報または意見は、現時点の経済、規制、市場等の状況を前提としていますが、その真実性、正確性または完全性について、当社は何ら表明及び保証するものではありません。本プレゼンテーション資料の使用または内容等に関して生じたいかなる損害についても、当社または当社のアドバイザーは一切の責任を負いません。
- 本プレゼンテーション資料に記載された情報は、事前に通知することなく変更されることがあります。本プレゼンテーション資料及びその記載内容について、当社の書面による事前の同意なしに、何人も、その他の目的で公開または利用することはできません。
- 将来の業績に関して本プレゼンテーション資料に記載された記述は、予想、目標に関する記述です。将来予想に関する記述には、これに限りませんが「信じる」、「予期する」、「計画」、「戦略」、「期待する」、「予想する」、「予測する」または「可能性」や将来の事業活動、業績、出来事や状況を説明するその他類似した表現を含みます。将来予想に関する記述は、現在入手可能な情報をもとにした当社の経営陣の判断に基づいています。そのため、これらの将来予想に関する記述は、様々なリスクや不確定要素に左右され、実際の業績は将来予想に関する記述に明示または黙示された予想とは大幅に異なる場合があります。したがって、将来予想に関する記述に全面的に依拠することのないようご注意ください。
- 本プレゼンテーション資料に記載されている当社以外の企業等に関する情報および第三者の作成に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、そのデータ・指標等の正確性・適切性等について、当社は独自の検証は行っておらず、何らその責任を負うことはできません。

本件に関するお問い合わせ先
株式会社みのや IR担当
Email：ir.minoya@machioka.co.jp